

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

A. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh (Lanis & Richardson, 2012; Rengganis & Putri, 2018; Yoehana & Harto, 2013) menggunakan agresivitas pajak sebagai variabel dependen dengan variabel independen *Corporate Social Responsibility*. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Artinya semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR suatu perusahaan, maka semakin rendah tingkat agresivitas pajak yang dilakukan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Diantari & Ulupui, 2016; Djumena & Yuniarwati, 2017; Fadli *et al.*, 2016; Suyanto & Supramono, 2012) menggunakan agresivitas pajak sebagai variabel dependen dan komisaris independen sebagai variabel independen. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa komisaris independen berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Sedangkan penelitian yang dilakukan (Asri & Suardana, 2016; Kristanto, 2015; Pradipta, 2015; Rengganis & Putri, 2018; Tiaras & Wijaya, 2015) menyatakan bahwa komisaris independen tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak disuatu perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Asri & Suardana, 2016; Diantari & Ulupui, 2016; Eksandy, 2017; Kristanto, 2015) menggunakan penghindaran pajak sebagai variabel dependen dan komite audit sebagai variabel independen

dengan metode analisis yaitu regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa komite audit berpengaruh terhadap penghindaran pajak. Meskipun hasil sama, namun objek penelitian yang digunakan oleh Eksandy berbeda yaitu sektor industri barang dan konsumsi. Sedangkan penelitian yang dilakukan (Rengganis & Putri, 2018) menunjukkan hasil bahwa komite audit tidak berpengaruh terhadap *effective tax rate*.

B. Tinjauan Pustaka

1. Teori Legitimasi

Dowling dan Pfeffer (1975) dalam (Muzakki, 2015) menjelaskan bahwa dalam teori legitimasi organisasi berusaha menciptakan keselarasan antara nilai-nilai sosial yang ada pada kegiatan organisasi dengan norma-norma yang ada pada lingkungan sosial dimana organisasi tersebut merupakan bagian dalam lingkungan sosial tersebut. Sedangkan menurut Pradnyadari & Rohman (2015) Legitimasi masyarakat adalah strategi yang dilakukan manajemen untuk mengembangkan perusahaan dalam menumbuhkan kepercayaan publik. Teori legitimasi menyiratkan mengenai peningkatan kesadaran dan kekhawatiran masyarakat bahwa perusahaan akan mengambil langkah-langkah untuk memastikan kegiatan dan kinerja mereka agar dapat diterima masyarakat (Yoehana & Harto, 2013). Hidayati & Murni (2009) menyatakan bahwa bagi perusahaan legitimasi dari masyarakat dapat diperoleh jika perusahaan melakukan tanggung jawab sosial. sesuai dengan teori legitimasi perusahaan dituntut

untuk mampu melakukan aktivitasnya sesuai dengan nilai-nilai *justice* dan batasan-batasan norma yang berlaku di masyarakat.

2. Teori Agensi

Hubungan keagenan didalam teori agensi (*agency theory*) bahwa perusahaan merupakan kumpulan kontrak (*nexus of contract*) antara pemilik sumber daya ekonomis (*principal*) dan manajer (*agent*) yang mengurus penggunaan dan pengendalian sumber daya tersebut (Jensen & Meckling, 1976). Pihak *principal* berkepentingan agar *agent* benar-benar mengelola sumber daya dengan baik sehingga tercapai tujuan yang ditetapkan oleh *principal*. Akan tetapi *principal* tidak selalu mudah mengakses dan mengetahui apa yang dilakukan oleh pihak *agent*. Sebagai akibatnya dapat terjadi pengambilan keputusan yang tidak optimal. Sebaliknya pihak *agent* yang seharusnya membatasi tindakannya pada hal-hal yang menguntungkan pihak *principal*, justru punya keleluasan untuk mengutamakan kepentingannya secara berlebihan karena dalam posisi yang terlindung dari sorotan *principal* (Ulum & Sofyani, 2016). Tindakan manajer yang seperti ini biasanya terjadi karena adanya perbedaan kepentingan antara pemilik perusahaan dan manajer sehingga dapat menimbulkan berbagai masalah keagenan seperti pengeluaran yang berlebihan, keputusan investasi suboptimal dan asimetris informasi (Gemilang, 2017).

Perbedaan kepentingan antara *principle* dan *agent* dapat mempengaruhi berbagai hal yang berkaitan dengan kinerja perusahaan,

salah satunya adalah kebijakan perusahaan mengenai pajak perusahaan. Sistem perpajakan di Indonesia yang menggunakan *self assessment system* memberikan wewenang kepada perusahaan untuk menghitung dan melaporkan pajaknya sendiri. Penggunaan sistem ini dapat memberikan kesempatan bagi *agent* untuk memanipulasi pendapatan kena pajak menjadi lebih rendah sehingga beban pajak yang ditanggung perusahaan semakin kecil (Ardyansah, 2014).

3. Agresivitas Pajak Perusahaan

Menurut Frank *et al.* (2009), agresivitas pajak perusahaan adalah tindakan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengurangi pendapatan kena pajak melalui perencanaan pajak baik secara legal maupun ilegal. Menurut Suyanto & Supramono (2012), penghematan pengeluaran atas pajak dimana keuntungan yang diperoleh pemilik menjadi semakin besar atau penghematan tersebut dapat dimanfaatkan untuk mendanai investasi perusahaan yang dapat meningkatkan keuntungan perusahaan di masa yang akan datang merupakan manfaat dari agresivitas pajak perusahaan. Meskipun tidak semua tindakan perencanaan pajak itu melanggar hukum, tetapi semakin banyak celah yang digunakan maka perusahaan tersebut dianggap semakin agresif (Gemilang, 2017).

Pertimbangan untuk membayar pajak secara efisien yang mendorong perusahaan untuk menyusun perencanaan pajak (*tax planning*) melalui penghindaran pajak (*tax avoidance*) (Nugraha & Meiranto, 2015). *Tax avoidance* adalah suatu bentuk perencanaan pajak untuk

meminimalkan beban pajak dengan memanfaatkan kelemahan ketentuan perpajakan sebagai hal yang positif untuk efisiensi pembayaran pajak. Sedangkan *tax evasion* merupakan sebuah perencanaan pajak yang melanggar ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan. Pada umumnya tingkat agresivitas pajak dipengaruhi oleh faktor manfaat dan risiko yang akan ditimbulkannya.

Manfaat agresivitas pajak perusahaan adalah penghematan pengeluaran atas pajak sehingga keuntungan yang diperoleh pemilik menjadi semakin besar untuk mendanai investasi perusahaan yang dapat meningkatkan keuntungan perusahaan dimasa yang akan datang (Suyanto & Supramono, 2012). Sedangkan kerugian dari agresivitas pajak perusahaan adalah kemungkinan perusahaan mendapat sanksi dari kantor pajak berupa denda, serta turunnya harga saham perusahaan akibat pemegang saham lainnya mengetahui tindakan agresivitas pajak perusahaan. Bagi pemerintah, tindakan agresivitas pajak perusahaan ini akan mengurangi pendapatan negara dalam sektor pajak (Suyanto & Supramono, 2012).

Dalam mengukur agresivitas pajak, Lanis dan Richardson (2012) menggunakan ETR dengan alasan bahwa beberapa penelitian sebelumnya banyak menggunakan ETR untuk mengukur agresivitas pajak. Semakin rendah nilai ETR mengindikasikan adanya agresivitas pajak dalam perusahaan. ETR yang rendah menunjukkan beban pajak penghasilan yang lebih kecil dari pendapatan sebelum pajak. *Effective Tax Rate* (ETR)

mempunyai tujuan untuk mengetahui jumlah persentase perubahan dalam membayar pajak yang sebenarnya terhadap laba komersial yang diperoleh.

4. *Corporate Social Responsibility*

Corporate social responsibility (CSR) merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sosial sekitarnya. CSR merupakan sebuah komitmen bisnis untuk bertindak etis, berkontribusi dalam pengembangan ekonomi, meningkatkan kualitas hidup pekerja, komunitas lokal, dan masyarakat luas (Holme dan Watts, 2006).

Pengertian CSR berdasarkan peraturan Otoritas Jasa Keuangan pasal 12 No. 51 tahun 2017 menyantakan bahwa Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan yang selanjutnya disingkat TJSL adalah komitmen untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

Secara umum *Corporate Social Responsibility* (CSR) dipandang sebagai suatu komitmen berkelanjutan dalam dunia bisnis untuk bertanggung jawab secara ekonomi, sosial, dan lingkungan mencegah berbagai dampak negatif yang mungkin terjadi dan untuk meningkatkan kualitas masyarakat sekitar serta lingkungan yang menjadi *stakeholder* perusahaan. Sesuai dengan pandangan bisnis yang saat ini dikenal dengan *triple bottom line*, mengartikan bahwa dunia bisnis dituntut mampu

menyelaraskan pencapaian kinerja ekonomi (*profit*) dengan kinerja sosial (*people*) dan kinerja lingkungan (Pradipta, 2015).

Corporate Sosial Responsibility (CSR) merupakan salah satu faktor penting keberlangsungan hidup perusahaan (Lanis dan Richardson, 2012 dalam Muzakki, 2015). Hal ini karena sebuah perusahaan membutuhkan dukungan para *stakeholdernya* untuk menjalankan operasional perusahaan, sementara CSR merupakan tindakan sosial sebagai bentuk tanggung jawab sebuah perusahaan terhadap semua *stakeholdernya* dalam melakukan aktivitas. Kewajiban melakukan aktivitas CSR telah tertuang pada UU No.40 Tahun 2007, tentang perseroan terbatas wajib melaporkan atas pelaksanaan tanggungjawab sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan perusahaan. Laporan CSR mampu memberikan informasi tambahan kepada pemangku kepentingan untuk mengambil keputusan.

Salah satu bentuk pelaporan informasi CSR yang ada di Indonesia adalah berdasarkan *Global Reporting Initiative* (GRI) yaitu sebuah pedoman laporan keberlanjutan. Pada pedoman tersebut berisi tentang prinsip-prinsip pelaporan, pengungkapan standar, dan panduan penerapan penyusunan laporan keberlanjutan untuk perusahaan (GRIa, 2013:5 dalam Ladina *et al.*, 2016). Manfaat dari pedoman ini adalah tersedianya referensi internasional bagi pihak yang terlibat dengan pengungkapan pendekatan tata kelola serta kinerja dan dampak perusahaan yang berupa sosial, ekonomi, dan lingkungan. Berdasarkan pedoman penyusunan

laporan CSR menggunakan GRI G4 terdapat 3 aspek penting yang harus diungkapkan yaitu ekonomi, lingkungan, dan sosial. Untuk kategori sosial memiliki empat sub kategori, yaitu praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja, hak asasi manusia, masyarakat, serta tanggung jawab atas produk (GRI, 2013:9 dalam Ladina *et al.*, 2016). Sedangkan masing-masing dari kategori dan sub kategori memiliki indikator tersendiri.

5. Komisaris Independen

Komisaris independen merupakan anggota dewan komisaris yang berasal dari luar manajemen perusahaan dan bukan merupakan pegawai perusahaan tersebut tetapi berurusan langsung dengan organisasi dalam perusahaan. Komisaris independen menjadi penengah antara manajemen perusahaan dan pemilik perusahaan dalam pengambilan keputusan-keputusan strategi atau kebijakan agar tidak melanggar peraturan yang berlaku, hal ini termasuk dalam keputusan perpajakan (Ardyansah, 2014).

Berdasarkan peraturan yang berlaku POJK 33/POJK.04/2014, Perseroan wajib memiliki komisaris independen yang berjumlah sedikitnya 30% dari jumlah seluruh anggota dewan komisaris. Tujuan atas keberadaan komisaris independen yaitu untuk mendorong terciptanya lingkungan kerja yang lebih objektif dan wajar dengan memperhatikan berbagai kepentingan para pemangku kepentingan. Kebijakan perseroan terkait kriteria independensi Komisaris mengacu pada ketentuan yang telah ditetapkan oleh OJK, yaitu:

1. Berasal dari luar perseroan.

2. Tidak mempunyai saham perseroan, baik langsung maupun tidak langsung.
3. Tidak mempunyai hubungan afiliasi dengan Perseroan, anggota dewan komisaris, anggota direksi atau pemegang saham utama perseroan.
4. Tidak memiliki hubungan usaha baik langsung maupun tidak langsung yang berkaitan dengan kegiatan usaha perseroan.

6. Komite Audit

Menurut Ikatan Komite Audit Indonesia (IKAI) dalam Fadhilah (2014) mendefinisikan komite audit sebagai suatu komite yang bekerja secara profesional dan independen yang dibantu oleh dewan komisaris yang tugasnya adalah membantu dan memperkuat fungsi dewan komisaris (dewan pengawas) dalam menjalankan fungsi pengawasan atas proses pelaporan keuangan, manajemen resiko, pelaksanaan audit dan implementasi dari *corporate governance* di perusahaan-perusahaan. Komite audit merupakan komite yang beranggotakan sekurang-kurangnya tiga orang.

Dewan perusahaan memberikan tanggung jawab kepada komite audit terhadap kesalahan pelaporan keuangan agar laporan keuangan dapat dipercaya (*relevant* dan *reliable*) (Damayanti & Susanto, 2015). Tanggung jawab lainnya adalah untuk memastikan bahwa perusahaan telah dijalankan sesuai dengan undang-undang yang berlaku, melaksanakan 20 usahanya dengan beretika, melaksanakan pengawasannya secara efektif

terhadap benturan kepentingan dan kecurangan yang dilakukan karyawan perusahaan. Dengan demikian, komite audit dengan kewenangan yang dimiliki dapat mencegah segala perilaku atau tindakan yang menyimpang terkait dengan laporan keuangan perusahaan dan dapat juga untuk meminimalisir tindakan agresivitas pajak (Diantari & Ulupui, 2016).

C. Perumusan Hipotesis

1. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan Agresivitas Pajak

Menurut Jessica & Toly (2015) perusahaan harus melakukan tanggung jawab sosial dengan melaporkan kegiatan CSRnya sebagai bukti bahwa perusahaan benar-benar melakukan kegiatan CSR. Sesuai dengan teori legitimasi, perusahaan sebaiknya meyakinkan masyarakat bahwa kegiatan yang dilakukan sesuai dengan norma dan nilai masyarakat sehingga kegiatan yang dilakukan dapat diterima oleh masyarakat. Perusahaan merupakan salah satu wajib pajak yang memiliki kewajiban untuk membayar pajak kepada negara tempat perusahaan tersebut beroperasi. Dengan membayar pajak, perusahaan telah berkontribusi dalam mewujudkan pembangunan nasional guna kesejahteraan masyarakat luas. Hoi *et al.* (2013) dalam (Pradipta, 2015) mengungkapkan perusahaan dengan kegiatan CSR yang tidak bertanggung jawab memiliki kemungkinan lebih tinggi untuk terlibat dalam kegiatan penghindaran pajak. Hal ini serupa dengan yang diungkapkan oleh Erle & Schon (2008) dalam (Lanis & Richardson,

2012) menyatakan bahwa sebuah perusahaan yang melakukan tindakan pajak secara agresif maka disebut sebagai perusahaan yang tidak bertanggungjawab secara sosial. Dengan melakukan kegiatan CSR maka dapat mengurangi laba perusahaan dengan biaya-biaya yang telah dikeluarkan, yang berakibat pada kecilnya beban pajak yang dibayarkan perusahaan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Lanis & Richardson, 2012; Pradipta, 2015; Rengganis & Putri, 2018; Yoehana & Harto, 2013) tentang Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Tingkat Agresivitas Pajak menyatakan bahwa CSR berpengaruh terhadap agresivitas pajak dengan menggunakan proksi *effective tax rate* dengan alasan karena perusahaan yang rendah tingkat pengungkapan CSR cenderung lebih agresif melakukan berbagai upaya agar dapat meminimalkan jumlah pajak yang harus dibayar. Sehingga hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR suatu perusahaan maka semakin rendah tingkat agresivitas pajak.

H₁: Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap agresivitas pajak perusahaan.

2. Pengaruh Komisaris Independen dengan Agresivitas Pajak

Fama & Jensen (1983) menyatakan bahwa kehadiran komisaris independen dalam dewan komisaris mampu meningkatkan pengawasan kinerja direksi. Pengawasan terhadap kinerja manajer

menjadi semakin efektif apabila komisaris independen disuatu perusahaan semakin banyak. Dengan adanya pengawasan yang ketat dari komisaris independen maka akan mengurangi kesempatan manajer untuk berlaku agresif terhadap pajak perusahaan. Manajer melakukan agresivitas pajak perusahaan karena adanya kepentingan untuk meningkatkan laba perusahaan dengan cara mengurangi beban perusahaan termasuk beban pajak (Tiaras & Wijaya, 2015).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Hanum & Zulaikha, 2013; Suyanto & Supramono, 2012) tentang pengaruh komisaris independen Terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan menyatakan bahwa Komisaris Independen berpengaruh terhadap agresivitas pajak perusahaan, dimana semakin besar proporsi komisaris independen maka semakin kecil agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan. Pengawasan oleh komisaris independen dilakukan agar tidak terjadi asimetri informasi antara stakeholder dan pihak manajemen perusahaan

(Pradipta, 2015; Tiaras & Wijaya, 2015) menyatakan tentang Pengaruh Komisaris Independen Terhadap Praktik Penghindaran Pajak bahwa Komisaris Independen tidak berpengaruh terhadap tindakan penghindaran pajak. Hal tersebut dikarenakan keberadaan komisaris independen hanya sebagai pemenuh kebutuhan terhadap kepatuhan peraturan, selain itu peran pemegang saham mayoritas

dalam perusahaan masih sangat kuat sehingga kinerja dewan komisaris tidak meningkat.

H₂: Komisaris Independen berpengaruh terhadap agresivitas pajak perusahaan.

3. Pengaruh Komite Audit dengan Agresivitas Pajak

Komite audit adalah komite tambahan yang bertujuan untuk melakukan kontrol dalam proses penyusunan laporan keuangan perusahaan untuk menghindari kecurangan pihak manajemen (Diantari & Ulupui, 2016). Semakin ketat pengawasan yang dilakukan maka akan menghasilkan suatu informasi yang berkualitas dan kinerja yang efektif. Komite audit merupakan salah satu bagian dari manajemen perusahaan yang berpengaruh secara signifikan dalam penentuan kebijakan perusahaan (Nofia & Sayekti, 2018). Anggota komite audit dengan keahlian akuntansi atau keuangan lebih mengerti celah dalam peraturan perpajakan dan cara yang dapat menghindari risiko deteksi, sehingga dapat memberikan saran yang berguna untuk tidak melakukan agresivitas pajak (Nofia & Sayekti, 2018).

Menurut penelitian yang dilakukan (Annisa & Kurniasih, 2012; Diantari & Ulupui, 2016) yang menyatakan Pengaruh Komite Audit terhadap *tax avoidance* bahwa keberadaan komite audit berpengaruh terhadap *tax avoidance*. Semakin tinggi keberadaan komite audit dalam perusahaan akan meningkatkan kualitas *good corporate*

governance, sehingga akan memperkecil kemungkinan terjadinya aktivitas *tax avoidance*.

Namun Damayanti & Susanto (2015) menyatakan Pengaruh Komite Terhadap *Tax Avoidance* bahwa Komite Audit tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Hasil ini menunjukkan bahwa besarnya anggota komite audit tidak menentukan agresivitas perusahaan dalam tindakan pajaknya.

H₃: Komite Audit berpengaruh terhadap agresivitas pajak perusahaan.

D. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu yang telah diuraikan sebelumnya, maka terbentuklah kerangka pemikiran dari penelitian ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Komisaris Independen, dan Komite Audit terhadap Agresivitas Pajak. Berikut merupakan gambaran kerangka berfikir dalam penelitian ini:

Gambar 2.1**Kerangka Berfikir Penelitian**